Office de la protection du consommateur

Rapport annuel 1985-1986

Québec

Le contenu de cette publication a été rédigé par
l'Office de la protection du consommateur

Cette édition a été produite par
la Direction générale
des publications gouvernementales

Dépôt légal — 2e trimestre 1986
Bibliothèque nationale du Québec
ISBN: 2-551-07032-5
ISSN: 0225-6703

© Gouvernement du Québec

Monsieur Pierre Lorrain
Président de l'Assemblée nationale
Édifice Pamphile-Lemay
Québec

Monsieur le Président,

J'ai l'honneur de vous présenter le rapport annuel de l'Office de la protection du consommateur, couvrant la période du 1er avril 1985 au 31 mars 1986.

Veuillez agréer, Monsieur le Président, l'expression de mes sentiments les plus respectueux.

Le ministre de la Justice, responsable
de la Protection du consommateur
et de la Déréglementation,

Herbert Marx

Québec, juin 1986

Monsieur Herbert Marx
Ministre de la Justice, responsable
de la Protection du consommateur
et de la Déréglementation
Ministère de la Justice
1200, route de l'Église, 9e étage
Sainte-Foy (Québec)
G1V 4M1

Monsieur le Ministre,

J'ai le plaisir de vous soumettre, en votre qualité de ministre de la Justice, responsable de la Protection du consommateur et de la Déréglementation, le rapport annuel de l'Office de la protection du consommateur, couvrant la période du 1er avril 1985 au 31 mars 1986.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Ministre, l'expression de mes sentiments les plus distingués.

Le président,

Gilles Moreau

Québec, juin 1986

Table des matières

Les mandats de l'Office de la protection du consommateur 9

Le Conseil de l'Office 11

L'entité administrative 12

— Les ressources humaines 12

— L'organigramme 13

— Les ressources financières 15

Les activités de 1985-1986 17

— Introduction 17

— La Direction des bureaux régionaux 19

— La Direction des affaires juridiques 27

— La Direction des communications 31

— La Direction des ressources et des systèmes 35

— Le Secrétariat 37

Liste des tableaux

— Effectif au 31 mars 1986 12

— Employés réguliers par centre administratif au 31 mars 1986 12

— Organigramme 13

— Le personnel de direction 14

— Ressources budgétaires 1985-1986 15

— Répartition des demandes adressées aux bureaux régionaux en 1985-1986 20

— Plaintes concernant des domaines régis par les lois 22

— Plaintes concernant des domaines non régis par les lois 23

— Demandes de renseignements concernant des domaines régis par les lois 24

— Demandes de renseignements concernant des domaines non régis par les lois 25

— Permis délivrés et droits perçus en 1985-1986 30

— État des fonds collectifs des agents de voyages au 31 mars 1986 30

— Synthèse des principales activités en 1985-1986, par secteur 38

— Subventions accordées aux organismes de protection du consommateur en 1985-1986 39

Les mandats de l'Office de la protection du consommateur

L'Office de la protection du consommateur a été constitué en vertu de la Loi sur la protection du consommateur adoptée le 22 décembre 1978. L'Office est chargé de surveiller l'application de la Loi sur la protection du consommateur, de la Loi sur le recouvrement de certaines créances et de la Loi sur les agents de voyages.

L'Office de la protection du consommateur relève du ministre de la Justice, responsable de la Protection du consommateur et de la Déréglementation, monsieur Herbert Marx.

En vertu de l'article 292 de la Loi sur la protection du consommateur, l'Office est chargé :

- de surveiller l'application de la Loi sur la protection du consommateur et de toute autre loi en vertu de laquelle une telle surveillance lui incombe;
- de recevoir les plaintes des consommateurs;
- d'éduquer et de renseigner la population sur ce qui a trait à la protection du consommateur;
- de faire des études concernant la protection du consommateur et, s'il y a lieu, de transmettre ses recommandations au ministre;
- de promouvoir et de subventionner la création et le développement de services ou d'organismes destinés à protéger le consommateur et de coopérer avec ces services ou organismes;
- de sensibiliser les commerçants, les manufacturiers et les publicitaires aux besoins et aux demandes des consommateurs;
- de promouvoir les intérêts des consommateurs devant un organisme gouvernemental dont les activités affectent le consommateur;
- d'évaluer un bien ou un service offert au consommateur;
- de coopérer avec les divers ministères et organismes gouvernementaux du Québec en matière de protection du consommateur et de coordonner le travail accompli dans ce but par ces ministères et organismes;
- de créer, par règlement, des conseils consultatifs régionaux de la protection du consommateur pour les régions qu'il fixe, déterminer leur composition, leurs fonctions, devoirs et pouvoirs, les modalités d'administration de leurs affaires et prévoir les émoluments de leurs membres.

Lois relevant de la responsabilité de l'Office

Loi sur la protection du consommateur (L.R.Q., c. P-40.1)

Loi sur le recouvrement de certaines créances (L.R.Q., c. R-2.2)

Loi sur les agents de voyages (L.R.Q., c. A-10)

Le Conseil de l'Office

Le 4 avril 1979, le Gouvernement mettait en vigueur les dispositions de nature administrative de la Loi sur la protection du consommateur adoptée le 22 décembre 1978. Une des dispositions majeures de cette loi constituait un office d'au plus quinze membres nommés par le Gouvernement et stipulait que ces membres doivent, en raison de leurs activités, être susceptibles de contribuer d'une façon particulière à la solution des problèmes des consommateurs.

En 1985-1986, le Conseil de l'Office a examiné et approuvé les objectifs et la programmation des activités de chaque direction. Par la suite, au cours de l'année, le Conseil a procédé à trois évaluations périodiques des résultats atteints en regard des orientations et des objectifs déterminés en début de période. Ces évaluations ont permis d'effectuer les ajustements nécessaires en cours de route et d'identifier les priorités d'intervention pour l'année 1986-1987.

En 1985-1986, les membres du Conseil ont tenu neuf réunions pour discuter de questions touchant l'application des lois sous la responsabilité de l'Office et de plusieurs questions d'intérêt pour les consommateurs. Parallèlement à ces discussions, les membres du Conseil se sont intéressés aux dossiers menés par l'Office au cours de l'année et ils sont intervenus dans des domaines touchant la protection du consommateur.

Ils se sont également penchés sur d'autres dossiers d'importance par des travaux en comités. Les comités, que le Conseil a le pouvoir de former en vertu de son règlement de régie interne, lui permettent d'approfondir certains dossiers qui demandent une attention et une expertise particulières. Cette année, trois comités ont siégé, soit celui des subventions, celui de la législation et celui des contrats de service.

Les membres de l'Office

Les personnes qui ont siégé au Conseil d'administration de l'Office au cours de l'exercice sont:

- Madame Micheline Baril, professeure à l'École de criminologie de l'Université de Montréal;
- Madame Doris Blanchet, communicatrice d'expérience, coanimatrice d'un magazine télévisé destiné aux jeunes. Elle a démissionné le 15 février 1986;
- Madame Solange Chalvin, administratrice, directrice du développement et de la consolidation à l'Office des services de garde à l'enfance;
- Monsieur Marc-Maurice Dagenais, directeur général de la Société d'initiative et de développement des artères commerciales (SIDAC) Promenade Masson et président du Regroupement des centres-villes du Québec;
- Madame Lise Denis, directrice générale de l'Association des centres de services sociaux du Québec. Elle a démissionné le 22 octobre 1985;
- Monsieur Vincent Dumas, vice-président de l'Office de la protection du consommateur depuis le 10 mai 1985;
- Madame Christiane Gauthier-Tougas, chef du Service de diététique et membre du Conseil d'administration de l'Hôtel-Dieu de Montréal;
- Madame Élisabeth Horne-Bellemare, professeure de psychologie à l'éducation des adultes au cégep Bois-de-Boulogne et au cégep du Vieux-Montréal;
- Monsieur Jacques Lemay, directeur du Centre communautaire juridique de l'Estrie. Il a démissionné le 8 octobre 1985;
- Madame Stella Marsolais-Cuccioletta, directrice générale et conseillère en voyages au Club Voyages Lajeunesse;
- Monsieur Gilles Moreau, président de l'Office de la protection du consommateur;
- Monsieur Rolland Pelletier, permanent responsable à l'Association coopérative d'économie familiale (ACEF) de Granby. Son mandat s'est terminé en mai 1985;
- Monsieur Pierre Sylvestre, avocat de pratique privée, oeuvrant particulièrement avec les organismes communautaires de la région de Montréal dans les domaines de la santé, de l'éducation, de la consommation, du logement, des droits sociaux et de l'aménagement;
- Monsieur François Thérien, agent de recherche et de planification au Projet-Nord du département de santé communautaire du Centre hospitalier de l'Université Laval et rédacteur en chef de la revue *Études/Inuit/Studies*;
- Madame Lucille Théroux, intervenante communautaire en santé des jeunes, secteur Famille-Enfance, au Centre local de services communautaires de Longueuil-Est;
- Madame Diane Vallières, spécialiste en organisation communautaire, coordonnatrice du Centre de ressources en intervention populaire de l'Est (CRIPE).

L'entité administrative

Les ressources humaines

Le 31 mars 1986, l'effectif de l'Office de la protection du consommateur comptait 223 postes autorisés dont 221 étaient occupés. La répartition des postes par catégorie d'emploi et par centre administratif est la suivante:

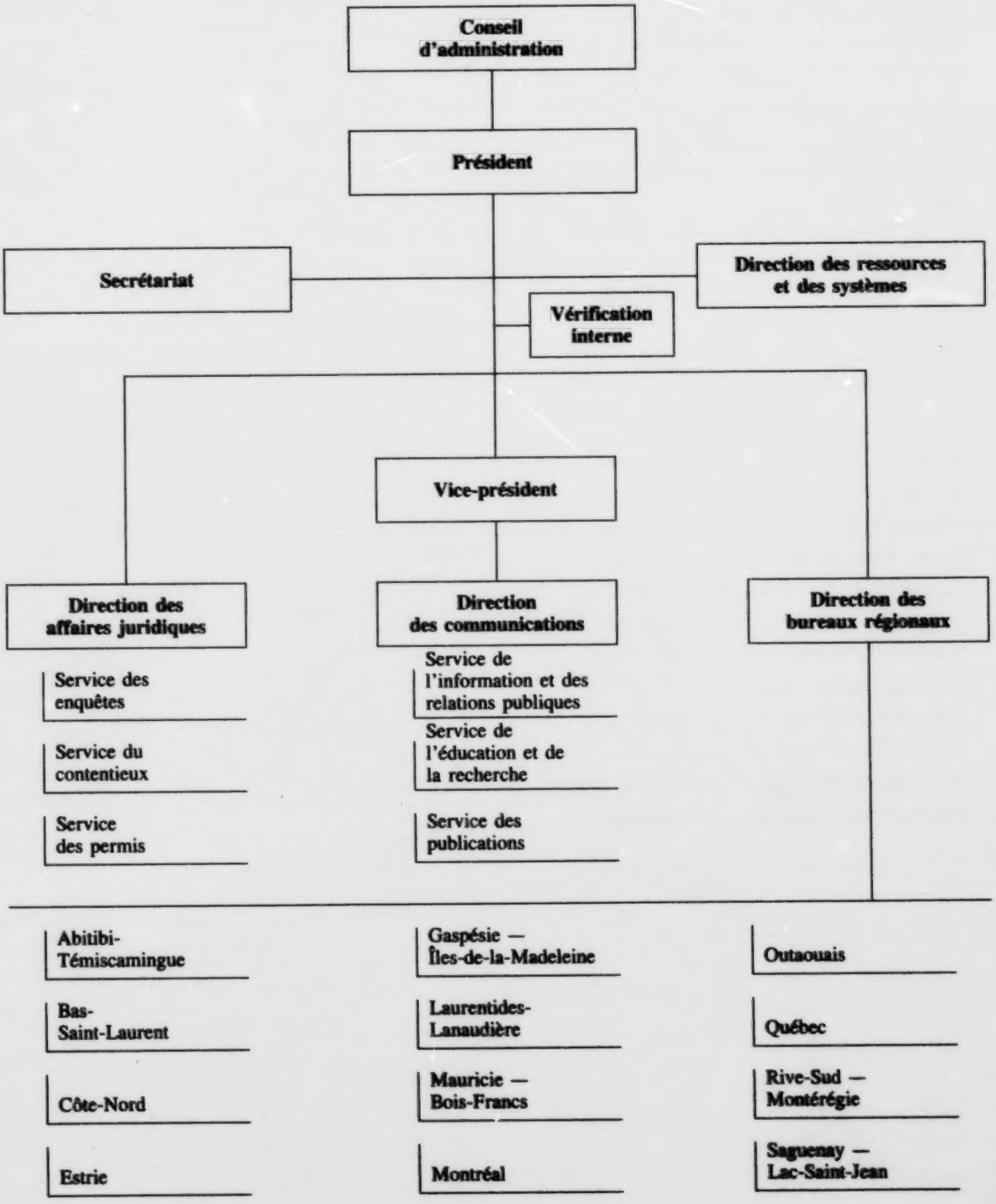
Effectif au 31 mars 1986

Catégorie d'emploi	Postes occupés	Postes vacants	Postes autorisés
Cadres	13	—	13
Professionnels	79	2	81
Agents de maîtrise	1	—	1
Techniciens	9	—	9
Préposés aux renseignements	49	—	49
Personnel de bureau	70	—	70
Total	**221**	**2**	**223**

Employés réguliers par centre administratif au 31 mars 1986

Catégorie d'emploi	Bureaux administratifs Québec	Bureaux administratifs Montréal	Bureaux régionaux	Total
Cadres	7	6	—	13
Professionnels	31	36	12	79
Agents de maîtrise	1	—	—	1
Techniciens	6	2	1	9
Préposés aux renseignements	—	—	49	49
Personnel de bureau	30	23	17	70
Total	**75**	**67**	**79**	**221**

L'organigramme



Le personnel de direction

Bureau de direction
Président: Gilles Moreau
Vice-président: Vincent Dumas
Adjoint exécutif: Jacques Vignola
Secrétariat: Léon Samuel
Direction des affaires juridiques: Jacques Dagenais
Service du contentieux: Pierre Valois
Service des enquêtes: Maurice Bussières
Service des permis: Roger Desrochers
Direction des communications: Suzanne Beaulieu
Service de l'information
et des relations publiques: André Lachapelle
Service de l'éducation et de la recherche: Jean Leblond
Service des publications: Jacques Elliott
Direction des ressources et
des systèmes: Gaétan Ste-Marie
Direction des bureaux régionaux: Yvon Bélair

Les représentants régionaux

Abitibi-Témiscamingue: Hélène Fréchette
Bas-Saint-Laurent: Ginette Girard
Côte-Nord: Lise Tremblay (par intérim)
Estrie: Yves Leclairc
Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine: André Kelly
Laurentides-Lanaudière: Jean-Jacques Marchand
Mauricie–Bois-Francs: Jacques Brochu
Montréal: Robert Bisaillon
Outaouais: Micheline Y. Gamache
Québec: Claude Ruel
Rive-Sud–Montérégie: Pierre Aubry
Saguenay–Lac-Saint-Jean: Léonard Fortin

Les ressources financières

Ressources budgétaires 1985-1986

Super-catégories de dépenses	Catégories de dépenses	$
Dépenses de fonctionnement	Traitements	6 503 700
	Autres rémunérations	325 000
	Transport et communications	579 000
	Services professionnels	1 588 400
	Entretien et réparations	10 100
	Loyers	832 400
	Fournitures et approvisionnement	204 600
	Équipement	25 000
	Autres dépenses	8 000
Dépenses de capital	Équipement	300 900
Dépenses de transfert	Subventions	678 600
Dépenses de prêts, placement et avances	Avances	1 000
Budget total		**11 056 700**

Les activités de 1985-1986

Introduction

L'Office a réalisé en 1985-1986 des activités destinées à concrétiser les cinq orientations suivantes:

1) accentuer la prévention afin que les consommateurs atteignent une véritable autonomie;

2) privilégier une approche globale des problèmes de consommation;

3) maintenir et développer les services de l'Office à ses diverses clientèles;

4) accroître les interventions de l'Office dans les grands problèmes de consommation, même lorsqu'ils ne sont pas spécifiquement régis par les lois qu'il administre;

5) améliorer la cohésion interne de l'Office ainsi que la gestion de ses ressources humaines.

Chacune des unités administratives s'est fixée, selon son rôle respectif, des objectifs devant favoriser l'atteinte des orientations la concernant.

Des efforts importants ont été consacrés à l'implantation d'un système informatique à l'Office dont la première étape a été la confection du système des commerçants. Celui-ci consigne les principales plaintes des consommateurs de même que les interventions de l'Office concernant les commerçants.

L'Office a continué cette année à diffuser le plus d'information possible à l'intention des consommateurs. Les journaux ont fait largement état de la centaine de communiqués de presse émis, et les représentants de l'Office ont été invités à plusieurs centaines de reprises à participer à des émissions de radio et de télévision relativement au contenu de ces communiqués. On compte en plus au-delà d'une vingtaine de participations régulières de l'Office dans les médias électroniques, qui permettent d'atteindre trois quarts de million de personnes à toutes les semaines. On note la production de deux nouveaux documents audiovisuels: une émission d'une demi-heure sur les studios de santé, dans la série *Justice pour tous*, et une vidéocassette de cinq minutes sur la vente itinérante. Une brochure ayant pour titre *Les droits et oligations du commerçant itinérant* a également été produite. Les magazines mensuels *Protégez-Vous* et *Protect Yourself* sont demeurés aussi de bons moyens pour informer les consommateurs. Cinq cahiers spéciaux ont été encartés dans les pages des deux magazines: l'automobile, les consommateurs aînés, mon premier budget, le guide des jouets et le guide budgétaire annuel.

En ce qui concerne les services aux citoyens, alors que l'an dernier des efforts avaient été consacrés pour en faciliter l'accès aux consommateurs, cette année on a voulu mesurer si ces derniers sont satisfaits des services dispensés par les bureaux régionaux. On a mis à leur disposition des cartons-réponses sur lesquels ils peuvent faire leurs commentaires. Si l'on en juge d'après les commentaires reçus, qui sont positifs pour la plupart, les services de l'Office semblent répondre de façon adéquate aux besoins des citoyens.

L'automobile est demeurée un sujet de premier plan cette année. L'Office s'est doté d'une structure lui permettant d'intervenir de façon plus efficace dans ce secteur. Un expert en automobile a été engagé et chacun des douze bureaux régionaux a désigné une personne dont une des tâches est de répondre aux questions complexes concernant ce sujet. Ces douze répondants reçoivent régulièrement des sessions de formation données par l'expert en automobile.

Mentionnons également que la compétence de l'Office a été élargie à l'endroit des entreprises qui vendent des garanties supplémentaires en matière automobile. Celles-ci doivent désormais posséder un permis de l'Office à cette fin et déposer un cautionnement minimal de 100 000 $. Ces changements ont été rendus nécessaires en raison des problèmes des consommateurs. Un bon nombre d'entre eux avaient contracté une garantie qui devait s'appliquer au véhicule qu'ils venaient d'acheter. Or certains des assureurs qui offraient la garantie disparaissaient lorsque venait le temps d'assumer leurs obligations. Les changements sont en vigueur depuis le 15 décembre 1985 et déjà le marché des garanties supplémentaires s'est assaini considérablement.

Enfin, la prévention dans ce secteur a été assurée par le maintien des opérations «auto-témoin» et des enquêtes regroupées en région.

Les opérations-témoins portant sur des appareils domestiques ont été également poursuivies. De même, on n'a pas relâché la surveillance préventive en ce qui concerne les studios de santé et les agences de voyages, dans le but de s'assurer que la loi est appliquée de façon rigoureuse dans ces secteurs.

L'Office a effectué une recherche auprès des jeunes Québécois de 19 à 24 ans pour connaître leurs habitudes de consommation, leurs comportements financiers et leurs attitudes et expériences face à des pro-

blèmes de consommation. Les résultats démontrent que les jeunes sont des consommateurs avisés, peu endettés, respectant le budget qu'ils élaborent, mettant de l'argent de côté et choisissant la plupart de leurs biens en tenant compte de la qualité.

En ce qui concerne l'éducation à la consommation, l'Office a continué à participer à l'implantation du volet «Éducation à la consommation» auprès des enseignants des niveaux primaire et secondaire et a lancé un bulletin de liaison appelé *BEC*, afin d'aider le personnel enseignant dans ses nouvelles tâches d'éducation à la consommation.

Les consommateurs ont continué de recourir en grand nombre aux services de l'Office. Les demandes ont augmenté de 7,7 %. Les principaux sujets qui les préoccupent, outre l'automobile, sont la rénovation domiciliaire, l'audiovisuel, les appareils domestiques et les meubles.

En 1985-1986, 32 organismes voués à la protection du consommateur ont reçu des subventions totalisant 636 600 $. L'Office a également favorisé la réalisation de recherches en consommation en accordant des contrats de service pour un montant global de 49 180 $.

Finalement, une aide financière de 350 000 $ a été accordée pour les causes-types de la mousse isolante d'urée formaldéhyde.

La Direction des bureaux régionaux

Le rôle des bureaux régionaux

Répartis dans les diverses régions administratives du Québec, les douze bureaux régionaux de l'Office constituent un moyen de choix pour maintenir des liens directs avec les commerçants locaux et les consommateurs. Ces derniers y ont recours en grand nombre, soit pour se renseigner sur des biens, des services ou des problèmes de consommation, soit pour se plaindre lorsqu'ils croient avoir été lésés.

Le personnel des bureaux régionaux, lors de ses fréquents contacts avec les consommateurs, s'assure, en recevant et en traitant leurs plaintes, que les lois administrées par l'Office sont respectées. Ces plaintes concernent tout contrat conclu entre un consommateur et un commerçant dans le cours de son commerce et ayant pour objet un bien, un service ou une réparation, et tout message publicitaire servant à annoncer ces biens et services.

Le renseignement occupe également une bonne part des services offerts par les bureaux régionaux. Les gens veulent obtenir les résultats d'un test sur un produit ou un service, de la documentation, des conseils avant achat, des précisions sur certains aspects de la loi. Le personnel cherche bien sûr à répondre à leurs interrogations, mais il ne manque également aucune occasion de procurer aux consommateurs une information préventive adéquate, leur permettant bien souvent d'éviter des ennuis.

Les plaintes et les demandes de renseignements en 1985-1986

Cette année, les bureaux régionaux ont reçu au total 373 703 demandes de consommateurs, soit 7,7 % de plus qu'au cours de l'exercice précédent.

Le nombre de plaintes se rapportant à des secteurs du ressort de l'Office a augmenté de 20,2 % par rapport à l'année dernière, atteignant le total de 88 179. À cet égard, le domaine de l'automobile se classe au premier rang avec 32 507 plaintes reçues, soit 36,9 % du total des plaintes. Les consommateurs allèguent surtout des vices cachés, le non-respect des garanties et la courte durée de vie des véhicules. Les plaintes ayant trait à la rénovation domiciliaire viennent en second lieu: 9 432, soit 10,7 % du total. Le secteur du mobilier et celui des appareils domestiques suivent avec respectivement 9 % et 6 % du total, soit 7 949 et 5 251 plaintes. Les autres plaintes se rapportent à des sujets variés.

On ouvre un dossier uniquement si la plainte est fondée, c'est-à-dire lorsqu'elle cause un préjudice au consommateur et justifie l'intervention de l'Office. Les problèmes communs à plusieurs consommateurs sont regroupés en un même dossier. Cette année le nombre de dossiers traités a été de 5 845, soit 223 de moins que l'an dernier. Encore ici, c'est l'automobile qui vient au premier rang, avec 33,1 % de l'ensemble des dossiers. L'Office a développé au cours de l'année une politique d'intervention pour pouvoir agir de façon plus efficace dans ce domaine. Un expert en automobile a été engagé et un répondant automobile a été nommé dans chacun des douze bureaux régionaux. Vient ensuite le secteur de la vente itinérante, particulièrement dans le domaine de la rénovation domiciliaire, avec 13,7 % du nombre de dossiers de plaintes. Suivent par ordre d'importance les dossiers ayant trait au mobilier, avec 6,4 %; à l'achat et aux réparations d'appareils électroménagers, avec 4,7 %; au louage de services à exécution successive, dont les studios de santé, avec 4,2 % ; aux systèmes de chauffage (bi-énergie), avec 3 %, et aux vêtements, avec 2,7 %.

Les autres plaintes, 67 885 au total, concernent des secteurs qui, tout en appartenant au domaine général de la consommation, ne sont pas assujettis aux lois dont l'Office surveille l'application. Elles portent sur trois sujets principaux, soit les ventes d'automobiles entre particuliers, l'immobilier et les assurances.

Les demandes de renseignements se sont chiffrées pour leur part à 217 639, dont 108 251 touchent un domaine régi par les lois sous la responsabilité de l'Office. Il s'agissait principalement de consommateurs demandant des conseils avant achat concernant l'automobile, les appareils domestiques et la rénovation domiciliaire. On note également de nombreuses demandes de documentation, tests, dépliants, brochures, se rapportant aux lois administrées par l'Office ainsi qu'aux services qu'il offre.

Les 109 388 autres demandes, soit un peu plus de la moitié du total, ont trait à des domaines autres que ceux couverts par les lois: les ventes d'automobiles entre particuliers, l'immobilier, les services offerts par d'autres ministères ou organismes publics ou encore par des entreprises privées.

Répartition des demandes adressées aux bureaux régionaux en 1985-1986

	Plaintes		Demandes de renseignements		Total	
	nombre	%	nombre	%	nombre	%
Domaines régis par les lois de l'O.P.C.	88 179	23,60	108 251	28,97	196 430	52,56
Domaines non régis par les lois de l'O.P.C.	67 885	18,16	109 388	29,27	177 273	47,44
Total	**156 064**	**41,76**	**217 639**	**58,24**	**373 703**	**100,00**

Les services à la clientèle

Durant l'année, l'Office a continué à augmenter l'accessibilité de ses services à la clientèle des régions les plus éloignées. Ainsi, les consommateurs de l'Abitibi-Témiscamingue peuvent désormais téléphoner à frais virés à leur bureau régional. Ils pourront donc utiliser davantage les services de l'Office, qu'ils demeurent à Rouyn ou dans une autre ville ou un autre village de cette vaste région.

Dans le but de contrôler la qualité de ces services, soulignons la mise sur pied d'un programme permanent d'évaluation du taux de satisfaction en regard des services rendus. On remet aux clients des cartons-réponses sur lesquels ils peuvent noter leurs commentaires sur l'accueil, la rapidité et la qualité des services. Sur les 2 929 réponses reçues, la majorité, soit 97,5 %, expriment la satisfaction des clients.

Une attention particulière a été accordée cette année encore au processus d'indemnisation des consommateurs. Diverses mesures, comme l'accroissement du nombre de formulaires de plaintes remis aux consommateurs, ont été efficaces pour 72,5 % des consommateurs touchés, ce qui représente un taux d'indemnisation supérieur de 13,9 % à celui de l'an dernier.

La collaboration habituelle entre les bureaux régionaux et les associations de consommateurs s'est poursuivie. De nombreux échanges d'information sur les problèmes de consommation et leur traitement ont eu lieu. Le personnel des bureaux régionaux a sensibilisé les principaux intervenants des groupes d'action sociale qui s'occupent des personnes âgées, aux problèmes spécifiques de leur clientèle. Ces intervenants, tout comme ceux des autres associations, peuvent emprunter à l'Office le matériel audiovisuel dont ils ont besoin. Le bureau du Bas-Saint-Laurent a participé à l'organisation de sessions d'information destinées aux groupes d'action sociale de la région. Certains membres du personnel de l'Office ont, de plus, collaboré à divers mécanismes de conciliation et d'arbitrage mis sur pied et gérés par des associations commerciales comme, par exemple, le Comité de conciliation du meuble du Québec et le Tribunal d'arbitrage du Bureau d'éthique commerciale dans le secteur de l'automobile.

La prévention en vue de l'autonomie des consommateurs

La prise en charge des consommateurs par eux-mêmes est demeurée une priorité pour l'Office. Le fait de les inciter à effectuer une première démarche auprès du commerçant par lequel ils pensent avoir été lésés peut favoriser leur indemnisation sans qu'ils aient à recourir aux tribunaux. Le personnel des bureaux régionaux leur remet dans ce but un formulaire de plainte dont une copie est destinée au commerçant et l'autre au bureau régional. La copie expédiée au commerçant facilite cette première démarche puisqu'elle permet de mieux circonscrire les faits et de favoriser ainsi la conciliation entre le consommateur et le commerçant. En 1985-1986, 29,8 % des plaintes ont été ainsi réglées en faveur des consommateurs sans qu'il ne soit nécessaire de recourir à l'appareil judiciaire. L'an dernier le taux de réussite était de 24,6 %.

Par ailleurs, comme il est impossible de traiter toutes les demandes individuelles, l'Office analyse les plaintes, lorsque la première démarche auprès du commerçant s'avère infructueuse, et décide s'il prendra des mesures pour favoriser l'indemnisation des consommateurs. S'il y a lieu, il intervient alors par un processus de médiation entre le consommateur et le commerçant. Cette étape constitue la plupart du temps la dernière chance qu'a le consommateur de voir reconnaître ses droits avant de les faire valoir devant les tribunaux. En 1985-1986, cette technique de médiation a été utilisée dans le cas de 3 703 dossiers et a porté fruit dans une proportion de 54,1 %. En 1984-1985, ce taux était de 49,4 %.

Si l'Office décide de ne pas intervenir, il dirige les gens vers la Cour des petites créances, en leur fournissant les documents appropriés.

Soulignons enfin que, pour aider les consommateurs à devenir autonomes par une meilleure information, le personnel des bureaux régionaux a été très présent dans les médias, participant à 757 émissions de radio et à 225 émissions de télévision. Au cours de ces émissions, les représentants de l'Office abordent divers thèmes de consommation et tentent de vulgariser le contenu des lois que l'Office administre. À noter également la diffusion de communiqués de presse destinés à informer le public sur la qualité de produits ou de services offerts sur le marché ainsi que sur certaines tactiques de vente dont il convient de se méfier.

L'approche globale des problèmes de consommation

L'Office tente de plus en plus de régler de façon globale les problèmes qui touchent un nombre important de personnes, par exemple le cas des studios de santé. De nombreux consommateurs ont déboursé de l'argent pour s'inscrire à des studios qui ont fermé par la suite. Ces consommateurs ont été regroupés et ont reçu l'aide nécessaire pour se présenter à la Cour des petites créances en vue d'obtenir un remboursement.

L'intervention des bureaux régionaux consiste aussi à rencontrer un commerçant ou un manufacturier afin d'obtenir un règlement en faveur d'un groupe de consommateurs, ou encore à négocier avec les greffes de la Cour des petites créances afin de regrouper des causes similaires contre un même commerçant. Cette année, les bureaux régionaux ont traité 208 dossiers de ce type touchant directement 2 200 consommateurs environ.

Mentionnons enfin que, dans le but de prévenir les problèmes, toute publicité diffusée dans les médias régionaux est l'objet d'un examen attentif.

Plaintes concernant des domaines régis par les lois

Rang	Biens et services	Biens	Services	Total
1	Véhicules de transport: achat — location — réparation	19 363	13 144	32 507
2	Habitation	4 710	4 722	9 432
3	Meubles — mobilier	4 825	3 124	7 949
4	Appareils domestiques (gros)	2 797	2 454	5 251
5	Vêtements	2 388	1 332	3 720
6	Audiovisuel	2 206	1 482	3 688
7	Organismes et entreprises		3 059	3 059
8	Publications — édition	1 052	1 411	2 463
9	Enseignement	329	1 376	1 705
10	Voyages — hôtels — restaurants	440	1 170	1 610
11	Autres véhicules et accessoires	994	488	1 482
12	Appareils domestiques (petits)	879	591	1 470
13	Argent — prêt (crédit)		1 417	1 417
14	Énergie — appareils de chauffage	628	649	1 277
15	Aliments	586	537	1 123
16	Sports et loisirs	612	393	1 005
17	Communications électroniques	489	326	815
18	Argent — recouvrement		786	786
19	Bijoux	468	286	754
20	Machinerie et outils	434	289	723
21	Animaux	484	172	656
22	Ministères et organismes publics		567	567
23	Produits de beauté–esthétique et soins	226	291	517
24	Assurances		430	430
25	Instruments de précision	222	143	365
26	Instruments de musique	196	163	359
27	Vaisselierie	205	141	346
28	Médicaments — drogues — prothèses	190	120	310
29	Services professionnels		302	302
30	Jouets	181	107	288
31	Énergie — types de combustible	115	168	283
32	Agences		272	272
33	Funérailles	68	130	198
34	Déménagement	38	158	196
35	Produits d'entretien ménager	72	70	142
36	Camping	53	25	78
37	Argent — placement		77	77
38	Feu — vol	27	24	51
39	Énergie — compteur	27	16	43
40	Autres	273	190	463
Total		**45 577**	**42 602**	**88 179**

Biens: 51,7 %
Services: 48,3 %

Plaintes concernant des domaines non régis par les lois

Rang	Biens et services	Biens	Services	Total
1	Véhicules de transport: achat — location — réparation	8 660	4 866	13 526
2	Habitation	5 860	5 581	11 441
3	Organismes et entreprises		6 307	6 307
4	Assurances		5 781	5 781
5	Ministères et organismes publics		3 454	3 454
6	Services professionnels		3 202	3 202
7	Meubles — mobilier	1 515	1 372	2 887
8	Vêtements	1 190	1 326	2 516
9	Appareils domestiques (gros)	1 018	836	1 854
10	Audiovisuel	658	945	1 603
11	Aliments	1 050	433	1 483
12	Autres véhicules et accessoires	780	519	1 299
13	Communications électroniques	321	867	1 188
14	Argent — prêt (crédit)		921	921
15	Publications — édition	262	602	864
16	Voyages — hôtels — restaurants	190	632	822
17	Machinerie et outils	349	276	625
18	Enseignement	97	497	594
19	Appareils domestiques (petits)	304	289	593
20	Énergie — appareils de chauffage	214	375	589
21	Sports et loisirs	246	257	503
22	Énergie — types de combustible	129	350	479
23	Animaux	274	174	448
24	Bijoux	220	206	426
25	Argent — recouvrement		417	417
26	Médicaments — drogues — prothèses	230	139	369
27	Argent — placement		368	368
28	Énergie — compteur	81	264	345
29	Produits de beauté-esthétique et soins	125	214	339
30	Déménagement	47	291	338
31	Instruments de précision	111	97	208
32	Instruments de musique	104	85	189
33	Vaisselierie	80	65	145
34	Jouets	104	38	142
35	Agences		139	139
36	Camping	56	53	109
37	Funérailles	20	70	90
38	Produits d'entretien ménager	40	45	85
39	Feu — vol	17	65	82
40	Autres	389	726	1 115
Total		**24 741**	**43 144**	**67 885**

Biens: 36,4 %
Services: 63,6 %

Demandes de renseignements concernant des domaines régis par les lois

Rang	Biens et services	Biens	Services	Total
1	Véhicules de transport: achat — location — réparation	12 857	8 953	21 810
2	Ministères et organismes publics	1	14 096	14 097
3	Appareils domestiques (gros)	10 779	1 765	12 544
4	Organismes et entreprises		8 917	8 917
5	Habitation	4 115	2 904	7 019
6	Appareils domestiques (petits)	4 840	638	5 478
7	Audiovisuel	2 868	883	3 751
8	Meubles — mobilier	1 751	1 541	3 292
9	Publications — édition	1 655	1 401	3 056
10	Enseignement	660	2 369	3 029
11	Argent — prêt (crédit)		2 922	2 922
12	Vêtements	949	1 097	2 046
13	Voyages — hôtels — restaurants	538	1 411	1 949
14	Énergie — appareils de chauffage	1 238	528	1 766
15	Aliments	567	856	1 423
16	Autres véhicules et accessoires	909	481	1 390
17	Machinerie et outils	968	183	1 151
18	Sports et loisirs	646	394	1 040
19	Argent — recouvrement		946	946
20	Communications électroniques	649	246	895
21	Produits de beauté–esthétique et soins	518	357	875
22	Assurances		620	620
23	Agences		592	592
24	Funérailles	179	378	557
25	Jouets	363	89	452
26	Animaux	299	116	415
27	Instruments de précision	287	115	402
28	Services professionnels		352	352
29	Feu — vol	320	28	348
30	Vaisselierie	214	134	348
31	Bijoux	171	176	347
32	Instruments de musique	183	157	340
33	Médicaments — drogues — prothèses	191	90	281
34	Énergie — types de combustible	155	125	280
35	Camping	149	28	177
36	Déménagement	58	113	171
37	Produits d'entretien ménager	116	54	170
38	Argent — placement		157	157
39	Énergie — compteur	25	21	46
40	Autres	1 093	1 707	2 800
Total		**50 311**	**57 940**	**108 251**

Biens: 46,5 %
Services: 53,5 %

Demandes de renseignements concernant des domaines non régis par les lois

Rang	Biens et services	Biens	Services	Total
1	Véhicules de transport: achat — location — réparation	12 404	6 978	19 382
2	Ministères et organismes publics		16 276	16 276
3	Organismes et entreprises		15 828	15 828
4	Habitation	5 188	7 369	12 557
5	Assurances		11 849	11 849
6	Appareils domestiques (gros)	2 153	953	3 106
7	Meubles — mobilier	1 476	1 134	2 610
8	Services professionnels		2 555	2 555
9	Audiovisuel	1 257	1 032	2 289
10	Appareils domestiques (petits)	1 480	328	1 808
11	Argent — prêt (crédit)		1 745	1 745
12	Enseignement	380	1 206	1 586
13	Vêtements	652	815	1 467
14	Autres véhicules et accessoires	833	603	1 436
15	Aliments	710	532	1 242
16	Publications — édition	517	572	1 089
17	Énergie — appareils de chauffage	700	346	1 046
18	Communications électroniques	435	477	912
19	Argent — placement		898	898
20	Voyages — hôtels — restaurants	209	543	752
21	Sports et loisirs	371	304	675
22	Machinerie et outils	444	205	649
23	Argent — recouvrement		603	603
24	Produits de beauté-esthétique et soins	354	236	590
25	À ences		519	519
26	Médicaments — drogues — prothèses	235	142	377
27	Énergie — types de combustible	176	201	377
28	Bijoux	177	198	375
29	Jouets	256	96	352
30	Instruments de précision	246	105	351
31	Déménagement	87	257	344
32	Animaux	142	160	302
33	Instruments de musique	158	144	302
34	Funérailles	79	156	235
35	Feu — vol	136	61	197
36	Énergie — compteur	70	112	182
37	Vaisselierie	124	45	169
38	Produits d'entretien ménager	103	59	162
39	Camping	80	51	131
40	Autres	724	1 339	2 063
Total		**32 356**	**77 032**	**109 388**

Biens: 29,6 %
Services: 70,4 %

La Direction des affaires juridiques

Le mandat de la Direction des affaires juridiques est d'assurer le respect des lois dont la surveillance est confiée à l'Office, soit la Loi sur la protection du consommateur, la Loi sur les agents de voyages et la Loi sur le recouvrement de certaines créances. La Direction effectue des enquêtes à partir de plaintes acheminées par les bureaux régionaux ou portées à son attention par d'autres sources. Elle vérifie s'il y a infraction à la loi, la gravité de cette infraction et sa fréquence. Selon la nature des dossiers, divers moyens sont utilisés pour prévenir ou corriger des pratiques commerciales déficientes: la mise en demeure, l'engagement volontaire de respecter la loi, ou encore la poursuite. Dans tous les cas où plusieurs personnes ont été lésées, l'Office cherche à indemniser les consommateurs.

Afin de faciliter le respect de la loi et de prévenir les infractions, l'Office joue un rôle-conseil auprès des milieux d'affaires. Il maintient des liens avec les associations de commerçants, il s'assure de la légalité d'une pratique commerciale ou d'un contrat et diffuse des bulletins portant sur l'application de la loi lorsqu'un problème généralisé est détecté dans un secteur du commerce.

Les avocats agissent aussi à titre de conseillers juridiques auprès des bureaux régionaux en leur fournissant les avis juridiques dont ils ont besoin pour répondre aux demandes des consommateurs.

L'objectif de l'Office est d'assainir les pratiques commerciales dans les secteurs du commerce soumis à sa juridiction, particulièrement ceux faisant l'objet d'un grand nombre de plaintes.

Permis et cautionnements

Un contrôle particulier est exercé sur les commerçants faisant affaires dans les secteurs du voyage, des garanties supplémentaires sur les véhicules automobiles, du commerce itinérant, des studios de santé, du prêt d'argent et du recouvrement de créances. La loi les oblige à détenir un permis et à déposer un cautionnement, sauf dans le cas des prêteurs d'argent. Le cautionnement garantit l'exécution d'un jugement obtenu en vertu de la loi par un consommateur à l'égard d'un commerçant. De plus, un commerçant peut se voir retirer son permis s'il ne se conforme pas à la loi.

L'Office détient de plus quelque 500 cautionnements d'entreprises qui désirent être exemptées de certaines obligations auxquelles la loi les assujettit, notamment en ce qui concerne le maintien d'un compte en fiducie pour la vente au détail et la non-perception du paiement avant livraison, en matière de vente par correspondance.

La Loi sur la protection du consommateur

La Loi sur la protection du consommateur vise à protéger les consommateurs dans de nombreux secteurs courants de la consommation. Elle établit une garantie fondamentale sur tous les biens et services offerts aux consommateurs. Elle régit les contrats de commerce itinérant, les contrats de crédit, la vente d'automobiles et de motocyclettes d'occasion, la réparation des automobiles et des motocyclettes ainsi que celle des appareils domestiques, et enfin le louage de services à exécution successive comme les studios de santé.

Cette loi établit plusieurs catégories de commerce dont l'exploitation nécessite l'obtention d'un permis. Elle interdit aux commerçants, manufacturiers ou publicitaires certaines pratiques qui pourraient induire les consommateurs en erreur. Elle prévoit que dans certaines circonstances particulières, les commerçants doivent déposer dans des comptes en fiducie les sommes d'argent qu'ils reçoivent des consommateurs. Enfin, elle indique les recours que ces derniers peuvent exercer lorsque les commerçants, les manufacturiers ou les publicitaires contreviennent à la loi.

Au cours de l'exercice 1985-1986, l'Office a pu obtenir, à même les cautionnements des commerçants, des remboursements totalisant 121 900 $ pour des réclamations et des jugements de cour en vertu de la Loi sur la protection du consommateur. Cette somme a été répartie entre 495 consommateurs, dans 29 dossiers distincts de commerçants.

L'automobile

Cette année encore, l'automobile a constitué le plus important secteur d'activités de l'Office, vu le nombre de plaintes reçues des consommateurs. Le Service des enquêtes a donc poursuivi ses opérations «auto-témoin», qui visent depuis quelques années à détecter et prévenir la fraude dans la réparation des automobiles. Les enquêteurs vérifient si les garagistes effectuent des réparations inutiles, s'ils installent réellement les pièces qu'ils facturent et s'ils travaillent le nombre d'heures indiqué. Au total, 51 vérifications ont eu lieu, et le taux de fraude a été de 37 %. Ce pourcentage est sensiblement plus élevé que celui de l'an dernier, mais plusieurs vérifications avaient alors porté sur des commerçants choisis au hasard,

tandis que durant l'exercice financier 1985-1986 elles étaient menées chez des commerçants qui avaient fait l'objet de plaintes de la part des consommateurs.

En plus de ces enquêtes courantes, quatre opérations d'enquêtes regroupées ont eu lieu en région, toujours dans un but dissuasif. Des 130 établissements qui ont été l'objet d'une inspection complète, 37 ont été poursuivis et 54 ont reçu des avis légaux les sommant de se conformer à la loi.

Il convient de mentionner que la Loi sur la protection du consommateur et son règlement d'application ont été modifiés de façon à protéger les consommateurs qui acquièrent des garanties supplémentaires. Depuis le 15 décembre 1985, les entreprises faisant affaires dans ce secteur doivent détenir un permis de l'Office, fournir un cautionnement de 100 000 $ et maintenir des fonds de réserves suffisants. Ces changements visent à assainir cette industrie où le taux de déconfiture est très élevé depuis quelques années. Ainsi, au cours de l'exercice 1985-1986, trois des entreprises qui ont été l'objet de vérifications de la part de l'Office en raison de leur situation financière précaire, ont dû fermer leurs portes.

Enfin, deux lettres d'affaires ont été expédiées aux entreprises s'occupant de la réparation de transmissions ainsi que de la réparation et de la vente de véhicules d'occasion.

La publicité et les pratiques de commerce

L'Office examine régulièrement et attentivement la publicité télévisée et écrite afin de détecter les manquements éventuels aux dispositions de la loi interdisant la publicité destinée aux enfants et les représentations trompeuses. Au besoin, il intervient tant auprès des annonceurs que du média d'information concerné. Les résultats de cette surveillance pratiquée depuis le début de l'entrée en vigueur de la loi, en 1980, ont permis d'assainir considérablement ce secteur. Quant à la publicité destinée aux enfants, très peu d'infractions sont signalées.

Le dossier majeur dans ce secteur cette année a été celui des pratiques des pétrolières lors de la vente de mazout. Plusieurs de ces compagnies concluaient avec leurs clients des contrats comportant un rabais sur le prix du litre de mazout. Elles omettaient cependant de mentionner qu'il ne s'agissait que d'un rabais temporaire, qui diminuait plus tard dans la saison, à la surprise des clients, qui avaient cru à une réduction ferme pour toute la durée du contrat. Des poursuites ont été déposées contre les compagnies Ultramar, Gulf et Texaco. Ces deux dernières ont été condamnées à des amendes respectives de 35 000 $ et 25 000 $. L'Office étudie présentement avec les diverses pétrolières des modalités qui permettraient aux consommateurs d'être mieux informés sur les fluctuations de prix.

Pour l'ensemble de ce secteur, 139 enquêtes ont été effectuées et 72 poursuites ont été intentées. Les amendes perçues atteignent 127 300 $.

La réparation d'appareils domestiques

L'Office a continué cette année ses opérations-témoins dans ce secteur, l'une pour la réparation de téléviseurs et l'autre pour la réparation de gros appareils domestiques tels les réfrigérateurs et les cuisinières. Trente-huit réparateurs de téléviseurs ont été visités et, de ce nombre, 13 ont été pris en défaut, pour un taux d'infraction de 34 %. L'Office a dû intenter des procédures d'injonction contre l'un d'entre eux, qui avait commis plusieurs récidives.

Dix opérations-témoins ont été effectuées chez des réparateurs de gros appareils domestiques à la suite de plusieurs plaintes et quatre ont été pris en défaut.

Les studios de santé

Plusieurs studios de santé ont fermé leurs portes, dans la région de Montréal surtout, entraînant des pertes pour leurs clients. Les enquêtes effectuées dans ce secteur ont pour but de vérifier si les studios détiennent le permis et le cautionnement requis par la loi et s'ils ne perçoivent pas de leurs clients le paiement total des frais d'abonnement en un seul versement. La loi en prévoit en effet un minimum de deux, afin de minimiser les pertes des consommateurs en cas de fermeture.

Un effort important a été consenti dans ce secteur: 118 enquêtes ont été tenues, donnant lieu à 100 poursuites contre divers studios ainsi que leurs administrateurs. Des amendes de 108 000 $ ont été perçues. Ainsi les principaux «aventuriers» faisant affaires dans ce domaine ont pu être évincés. L'Office a même réussi à créer un précédent judiciaire intéressant pour l'indemnisation des consommateurs. L'un des administrateurs a été tenu personnellement responsable par un tribunal des pertes de 35 000 $ causées à la clientèle par la fermeture de son entreprise, et ce bien que celle-ci ait été incorporée.

La rénovation domiciliaire et le commerce itinérant

Les entrepreneurs en rénovation domiciliaire sont assujettis aux dispositions de la loi ayant trait aux représentations trompeuses, aux garanties et au commerce itinérant. Les plaintes des consommateurs portent sur des travaux mal faits ou encore non exécu-

tés, par des entrepreneurs qui disparaissent après avoir perçu un paiement important. Au cours de l'année, l'Office a continué de concentrer ses efforts sur les entreprises de pavage d'entrées résidentielles, en raison du nombre important de plaintes à ce sujet. Plusieurs règlements intéressants pour les consommateurs lésés ont été conclus dans le cadre de ces interventions.

Les autres commerçants itinérants qui ont retenu l'attention sont des vendeurs de périodiques et d'encyclopédies, qui, souvent, sollicitent les gens sous toutes sortes de prétextes pour s'introduire dans leur domicile et vendre leurs produits. Certains n'hésitent pas non plus à faire de fausses représentations sur la qualité des produits, notamment dans le domaine de l'éducation, où les livres et magazines comportent fréquemment des textes dépassés.

Plus de 130 000 $ d'amendes ont été perçus dans le secteur du commerce itinérant.

La fiducie

La loi prévoit qu'un commerçant doit déposer dans un compte en fiducie les sommes d'argent reçues des consommateurs lorsqu'il exécute l'obligation prévue au contrat plus de deux mois après la conclusion de celui-ci.

L'Office a vérifié la tenue du compte en fiducie particulièrement dans le secteur du mobilier et celui des pré-arrangements funéraires. Ce dernier a pris beaucoup d'expansion depuis quelques années, et les sommes payées d'avance par les consommateurs en vue de la prestation future de services funéraires sont considérables. Le règlement d'application de la loi sera modifié au cours du prochain exercice financier de façon à ce que ces sommes soient protégées. Ainsi, les thanatologues n'auront plus la possibilité d'être exemptés de l'obligation de dépôt dans un compte en fiducie moyennant le versement d'un cautionnement.

La Loi sur le recouvrement de certaines créances

Cette loi établit des normes de compétence et d'honnêteté pour les personnes qui recouvrent une créance pour autrui. Elles doivent détenir un permis de l'Office et verser un cautionnement devant servir à indemniser les personnes lésées par un manquement à la loi. En outre, les agents de recouvrement sont obligés de déposer l'argent recouvré dans un compte en fiducie jusqu'à ce qu'ils le remettent à la personne pour qui il a été perçu. Enfin, il leur est interdit de recourir à certaines pratiques comme les menaces, l'intimidation et le harcèlement.

La Loi sur les agents de voyages

La Loi sur les agents de voyages a pour but d'assurer que les personnes qui travaillent dans ce domaine ont les qualifications voulues et respectent des normes d'éthique, et de protéger les consommateurs lors de la déconfiture d'une agence. Les agents de voyages, détaillants ou grossistes, doivent détenir un permis et déposer en fiducie l'argent de leurs clients jusqu'à ce que les services soient payés au fournisseur; ils ont également l'obligation, proportionnellement à leur chiffre d'affaires, de fournir un cautionnement individuel et de cotiser à un fonds collectif. L'Office est responsable de gérer ce cautionnement individuel de même que le fonds collectif des grossistes et celui des détaillants, soit plus de trois millions et demi de dollars, afin d'être en mesure de rembourser les consommateurs en cas de problème.

Au cours de l'année, plus d'une dizaine d'agences ont subi une déconfiture. Dans presque tous les cas, l'Office a désigné des fiduciaires pour traiter les dossiers des consommateurs concernés par ces déconfitures. Les paiements effectués à même les cautionnements ont été de quelque 337 000 $ dans le cas des cautionnements individuels et 671 000 $ pour ce qui est des fonds de cautionnements collectifs[1]. Ces sommes servent soit à fournir aux consommateurs, lorsque cela est possible, les services attendus, par exemple le voyage de retour, soit à honorer certaines réclamations ou certains jugements de cour. Au total, 2 900 consommateurs ont pu bénéficier de la protection de la loi dans 13 dossiers majeurs.

Afin d'exercer un contrôle adéquat de l'industrie et par le fait même de minimiser le plus possible les ponctions aux fonds de réserve souscrits par les agents de voyages, l'Office s'efforce de repérer les agences en difficultés financières. Des inspections ont lieu dans les agences existantes de même que dans les nouvelles agences. Ces inspections ont pour but de vérifier si les agences détiennent leur permis et si elles déposent effectivement l'argent des clients dans un compte en fiducie. Au total, 47 poursuites ont été intentées et 61 jugements obtenus, pour des amendes de 52 100 $.

Par ailleurs, cinq sessions d'information ont été tenues à l'intention des nouveaux agents afin de leur inculquer une connaissance appropriée de la loi.

1 Les déconfitures d'agences de voyages se produisent régulièrement au chevauchement des exercices financiers, certains paiements à même les cautionnements individuels et collectifs ont été exécutés, car ils seront effectués au cours de l'exercice 1986-1987 pour des déconfitures survenues en 1985-1986.

Permis délivrés et droits perçus en 1985-1986

	Permis délivrés	Droits perçus $	Total des permis en vigueur au 31 mars 1986
Commerçants itinérants	850	156 280	1 819
Prêteurs d'argent	22	3 850	61
Studios de santé	125	23 975	196
Agents de recouvrement	37	6 475	49
Agents de voyages	1 423	124 138	1 041
Commerçants de garantie supplémentaire	9	1 575	9
Total	**2 466**	**316 293**	**3 175**

États des fonds collectifs des agents de voyages au 31 mars 1986

	Contributions de base	Intérêts accumulés	Total	Paiements effectués en cours d'exercice
Détaillants	1 475 000 $	571 000 $	2 046 000 $	145 000 $
Grossistes	1 284 000 $	517 000 $	1 801 000 $	434 000 $
Total	**2 759 000 $**	**1 088 000 $**	**3 847 000 $**	**579 000 $**

Synthèse des principales activités en 1985-1986, par secteur

Activités	Enquêtes	Poursuites	Jugements	Amendes $	Avis
Automobile	295	79	65	41 450	188
Publicité et pratiques de commerce	139	72	53	127 300	177
Crédit	18	1	1	500	35
Rénovation domiciliaire et isolation	68	54	104	131 900	72
Studios de santé et autres services à exécution successive	118	100	105	108 000	91
Fiducie	45	12	11	5 900	6
Réparation de téléviseurs et appareils domestiques	63	17	16	10 300	10
Recouvrement de créances	5	1	4	5 000	2
Agents de voyages	256	47	61	52 100	70
Autres	53	16	38	31 650	139
Total	**1 060**	**399**	**458**	**514 100**	**790**

La Direction des communications

L'Office a procédé au cours du dernier exercice à une réorganisation administrative en intégrant à la Direction des communications les activités de l'ancienne Direction de la recherche. Les tests comparatifs et la recherche socio-économique sont donc désormais du ressort de la Direction des communications. Cette dernière a également pour rôle de promouvoir, auprès des consommateurs, la meilleure connaissance possible de l'Office et de ses services, des lois qu'il est chargé d'appliquer, ainsi que de tout élément de protection du consommateur dans son sens le plus large. De plus, la Direction collabore à la mise sur pied d'un programme d'éducation à la consommation en milieu scolaire. Enfin, elle coordonne les activités d'un centre de documentation dont le rôle est de recueillir et traiter toute information non administrative et de la diffuser au personnel de l'Office.

Information et relations publiques

Plusieurs moyens sont utilisés pour fournir aux consommateurs une information appropriée et répondant à leurs besoins: participation à des émissions de radio et de télévision, diffusion de communiqués de presse, documents écrits et audiovisuels.

L'Office a accentué cette année sa présence dans les médias électroniques. Chaque semaine, des représentants de l'Office informent plusieurs centaines de milliers de consommateurs des précautions à prendre, de leurs responsabilités et de leurs droits. Par ces présences régulières à des émissions de radio et de télévision, on veut faire en sorte que les consommateurs se renseignent davantage avant d'acheter un bien, de louer un service ou de poser tout autre geste de consommation.

C'est également le but des communiqués de presse diffusés. Il y est fait état des condamnations obtenues par l'Office en vertu des lois qu'il administre, ou encore des tests ou articles de fond des magazines *Protégez-Vous* et *Protect Yourself*. À l'occasion les consommateurs y sont informés sur des sujets d'actualité en consommation, par exemple le pavage d'entrées résidentielles.

De nouveaux documents audiovisuels ont été produits. Une émission d'une demi-heure portant sur les studios de santé a été réalisée dans le cadre de la série *Justice pour tous*. Elle a été diffusée au début de l'automne, période où de nombreux consommateurs s'abonnent à des studios de santé. Une vidéocassette d'une durée de cinq minutes sur la vente itinérante a aussi été présentée dans différentes stations de télévision. Le but de ce document est de changer le comportement des gens face aux vendeurs itinérants, qui trop souvent encore réussissent à leur vendre des produits inutiles.

Pour ce qui est des documents écrits, on a procédé en cours d'année à la mise à jour et à la réimpression de plusieurs des onze dépliants et des six guides d'application sur les lois dont l'Office est responsable.

Quatre feuillets *À propos* ont vu le jour. Il s'agit d'outils d'information rassemblant toutes les questions et réponses et tous les renseignements sur certains sujets susceptibles d'intéresser un grand nombre de consommateurs. Les sujets abordés ont été les agences de placement et, dans le domaine de l'automobile, les garanties supplémentaires, l'expertise en réparations et l'achat d'une voiture d'occasion chez un commerçant. La série d'*À propos* comprend maintenant sept documents.

Une brochure destinée aux commerçants itinérants a aussi été préparée. L'objectif visé par l'Office est de vulgariser les principaux articles de loi concernant cette clientèle afin de lui en faciliter la compréhension et, par le fait même, l'application.

Sur le plan de la communication interne, l'information administrative a pu être véhiculée par le biais du bulletin interne *Livraison spéciale*. Soulignons qu'une nouvelle chronique sur l'informatique y a fait son apparition. Elle veut permettre aux employés de suivre l'évolution de ce dossier, puisque l'informatique aura des répercussions sur le travail de chacun d'entre eux.

La collaboration avec les associations de consommateurs et les groupes d'action sociale s'est poursuivie durant l'exercice financier 1985-1986.

Plusieurs rencontres ont eu lieu avec des représentants d'associations, qui avaient pour but soit de les informer, soit de les consulter, soit de collaborer à certains de leurs dossiers, soit de leur offrir un soutien technique. De plus, la Direction des affaires juridiques a rencontré des délégués d'une trentaine d'organismes venus échanger sur des problèmes de consommation et sur les solutions à y apporter.

Le bulletin bimestriel *Au fait...* a continué d'être publié à leur intention. Cet outil d'information permet non seulement de renseigner ces groupes, mais aussi de diffuser les informations qui proviennent d'eux.

La diffusion d'une documentation d'appoint, telle que des articles de périodiques et une revue de presse,

contribue aussi à répondre au besoin d'information des associations.

Comme les groupes d'action sociale représentent toujours une clientèle prioritaire pour l'Office, celui-ci a mis à la disposition des alphabétiseurs du matériel pédagogique portant sur la consommation, soit trois albums de bandes dessinées ayant comme sujet les garanties, la vente itinérante et les voitures d'occasion, une pochette d'information contenant cinq affiches et tout ce qu'il faut savoir sur le crédit et, finalement, un guide pédagogique sur le logement, la publicité et le budget. Ces documents visent à offrir un soutien pédagogique aux formateurs en alphabétisation, tout en facilitant l'accès aux services de l'Office par une meilleure formation en consommation.

Une tournée des groupes d'action sociale de la région du Bas-Saint-Laurent a aussi été effectuée. Des représentants de 59 organismes ont ainsi pu apprendre les éléments essentiels de la Loi sur la protection du consommateur. Avec le soutien de l'Office, ces organismes deviennent par la suite des relayeurs d'information en consommation.

L'Office a maintenu des contacts étroits avec les associations de personnes âgées. Cette collaboration a permis d'informer les retraités et pré-retraités par le biais d'émissions de radio et de télévision qui leur sont destinées.

Publications

Les ventes mensuelles de *Protégez-Vous* s'établissaient en mars dernier à 185 329 exemplaires, soit 178 150 abonnements et 7 179 exemplaires vendus en kiosque. *Protect Yourself*, pour sa part, tirait à 22 972 exemplaires dont 22 055 destinés aux abonnés et 917 vendus en kiosque.

L'Office a continué à accentuer ses efforts pour que les lecteurs et lectrices des magazines y retrouvent des contenus adaptés à leurs besoins. Le programme de tests, dont la responsabilité appartient maintenant au Service des publications, a été élaboré en fonction des suggestions des abonnés et de la clientèle des bureaux régionaux. Les résultats de 19 tests ont été publiés durant l'année. On a poursuivi également la formule des guides d'achat, qui facilitent aux consommateurs la prise de décision.

Par ailleurs, les articles et dossiers relatifs au secteur des services ont été plus nombreux. Parmi les sujets traités, citons notamment les régimes matrimoniaux, les exterminateurs, le coût du crédit, la réparation des appareils électroménagers, le remorquage, l'industrie des relations humaines, l'équipement pour personnes handicapées, la bourse, les frais funéraires, les régimes enregistrés d'épargne-études, le régime d'épargne-actions du Québec, l'achat d'une maison existante et l'inspection d'une maison neuve.

Cinq cahiers spéciaux ont été encartés dans les pages des deux magazines: un guide de 32 pages sur l'automobile, un supplément de 32 pages intitulé *Consommateurs aînés*, une brochure de 48 pages, *Mon premier budget*, préparée par l'Association coopérative d'économie familiale (ACEF) du Nord de Montréal, le *Guide des jouets 1986* de l'Association des consommateurs du Québec et le *Guide budgétaire* annuel de 16 pages préparé par la Fédération des associations coopératives d'économie familiale (FACEF).

La publication de plusieurs de ces cahiers s'est faite en collaboration avec des associations de consommateurs. Certaines de celles-ci ont également participé à la vérification ou à la rédaction d'articles spéciaux. Ce sont les Associations coopératives d'économie familiale (ACEF), l'Association pour la protection des automobilistes (A.P.A.), le Club automobile et Touring Club, le Centre d'inspection et de prévention automobile de l'Estrie (CIPAE) et l'Association des consommateurs du Québec (A.C.Q.).

La chronique destinée aux jeunes a continué d'être publiée. Cette chronique veut suggérer aux jeunes des choix de consommation conformes à leurs revenus et à leurs intérêts. On vise également à les initier à l'économie, au monde de la finance, réalités avec lesquelles ils seront en présence tôt ou tard. Notons aussi sur ce thème des articles sur le libre-échange Canada-États-Unis, le crédit et l'endettement, les prêts et bourses, de même que le cahier spécial *Mon premier budget* déjà mentionné. Les articles publiés dans la rubrique *Jeunes consommateurs* sont utilisés par les enseignants des programmes d'Économie familiale et d'Éducation économique, comme textes de soutien ou de référence dans le cadre de leurs cours. Par ailleurs, le cahier spécial intitulé *Jeunes consommateurs* paru en novembre 1984 demeure très populaire, au point de nécessiter une réimpression. Ce supplément explique, à partir de nombreux exemples, en quoi la Loi sur la protection du consommateur concerne les jeunes. On y fait également un tour d'horizon des différents organismes qui s'occupent de protection du consommateur.

Éducation

En 1985-1986, l'Office a poursuivi sa collaboration à l'implantation du volet «Éducation à la consommation» du programme «Formation personnelle et sociale» en contribuant à la formation de multiplicateurs régionaux. Quatorze sessions ont été données, qui ont permis de rejoindre 200 multiplicateurs pour le primaire et le secondaire. L'Office a également effectué la révision finale des deux guides d'activités d'apprentissage qui seront distribués par le ministère de l'Éducation au printemps 1986. Le volet «Éducation à la consommation» sera obligatoire en septembre 1986 au secondaire et en septembre 1988 au primaire.

Afin d'assister le personnel enseignant dans ses nouvelles tâches d'éducation à la consommation, l'Office a lancé un bulletin de liaison diffusé dans toutes les écoles. Publié cinq fois l'an, *BEC*, Bulletin d'éducation à la consommation, est un instrument de communication et d'échange et une source de renseignements et de suggestions sur l'enseignement de la consommation.

Recherche

À la suite de la réorganisation administrative de la Direction, on a d'abord établi des orientations et des priorités pour la recherche. Il a été décidé que celle-ci se ferait selon quatre axes: la recherche de base, la recherche ponctuelle, l'information statistique et le soutien technique.

La recherche de base, à laquelle sera accordée la priorité, servira à analyser les caractéristiques et les problématiques de la société de consommation, de même que l'évolution des principaux phénomènes. La recherche ponctuelle portera sur des problèmes de consommation courants identifiés par les différentes unités administratives de l'Office ou des associations de consommateurs. Elle devra soutenir la prise de décision et la détermination des correctifs appropriés. Quant aux instruments statistiques, tels qu'un système de statistiques et des indicateurs socio-économiques, ils permettront de mieux connaître et d'analyser le domaine de la consommation. Enfin, le soutien technique, destiné autant aux unités administratives de l'Office qu'aux associations de consommateurs, consistera en services de conseil et de soutien tels que les avis, l'évaluation de programmes et l'évaluation méthodologique.

En 1985-1986, l'Office a effectué une recherche auprès d'un échantillon représentatif de jeunes Québécois de 19 à 24 ans. Cette recherche visait à connaître les habitudes de consommation des jeunes, leurs comportements financiers et leurs attitudes et expériences face à des problèmes de consommation. L'étude a permis de constater que ceux-ci ont une attitude très avisée face à la consommation. Ils tiennent compte surtout de leurs goûts personnels pour acheter leurs vêtements, mais ils choisissent de façon plus avertie les biens durables comme les meubles et les voitures. Leurs comportements financiers sont prudents; la plupart d'entre eux font un budget et le respectent. Ils ont peu de dettes, bien qu'un jeune sur trois admette avoir eu certaines difficultés financières. Enfin, ils semblent assez bien informés quant à leurs recours en cas de problèmes de consommation. Leurs principales sources d'information sont les journaux, les magazines et la télévision.

Documentation

Le Centre de documentation fournit au personnel de l'Office, de même qu'aux associations de consommateurs, les instruments documentaires nécessaires à leur travail.

Le Centre dessert les bureaux administratifs de l'Office à Québec et à Montréal et les douze bureaux régionaux. Il est constitué de quelque 5 000 volumes et 300 périodiques; une liste mensuelle des acquisitions ainsi qu'un sommaire des périodiques sont adressés aux associations de consommateurs. Elles apprécient grandement ce service car il leur permet d'avoir accès à tous les périodiques importants traitant de consommation.

L'Office demeure membre de l'ACCI (American Council on Consumer Interest) et de l'IOCU (International Organization of Consumers Union).

La Direction des ressources et des systèmes

La Direction des ressources et des systèmes est chargée de répondre aux besoins de l'Office en ce qui concerne les ressources humaines, matérielles et financières. Elle fournit à l'ensemble des unités administratives des services et des conseils destinés à appuyer leurs activités courantes et à accroître leur efficacité.

Elle s'occupe de combler les postes vacants, de coordonner la formation et le développement du personnel, de gérer le budget, l'approvisionnement en matériel et l'aménagement des espaces. Elle doit également analyser les divers mécanismes de fonctionnement de l'organisme et voir à implanter des procédés administratifs permettant une gestion efficace.

Elle est aussi responsable des relations avec les organismes centraux de l'administration gouvernementale. Elle agit comme titulaire de dossier auprès du responsable ministériel des programmes d'égalité en emploi.

Cette année, la Direction, en plus de fournir le support administratif habituel à l'ensemble de l'Office, a complété l'implantation d'un système de gestion documentaire. Des efforts importants ont été consacrés également à l'introduction d'un système informatique à l'Office. Le système des commerçants en constitue la première étape. Il s'agit d'une banque de données sur les commerçants, dont le but est de fournir, à partir d'un seul point d'entrée, un portrait exact des dossiers en cours à l'Office.

C'est au Secrétariat central des commerçants, mis sur pied au cours de l'année, que revient la reaponsabilité de gérer cette banque de données et de la mettre à la disposition des différentes unités administratives ayant à traiter les plaintes des consommateurs.

Le Secrétariat

Le Secrétariat exerce un rôle de soutien dans les travaux des membres du Conseil d'administration de l'Office et coordonne les activités de différents comités formés par le Conseil. Il exerce aussi ce rôle de soutien pour la préparation, la tenue et le suivi des réunions de gestion auprès des unités administratives de l'Office et assiste la Direction de l'Office dans ses fonctions administratives de même que dans celles ayant trait à la planification et à la coordination.

De plus, cette unité administrative coordonne l'application des programmes d'égalité en emploi à l'intention des femmes, des personnes handicapées et des membres des communautés culturelles. Avec les membres des comités formés dans le cadre de ces programmes, elle prépare les plans d'action et surveille leur mise en oeuvre.

Enfin, le Secrétariat coordonne l'application du programme de subventions de l'Office. L'article 292 de la Loi sur la protection du consommateur confie en effet à l'Office le mandat de promouvoir et de subventionner la création et le développement de services ou d'organismes destinés à protéger le consommateur et de coopérer avec ces services ou organismes. À cet effet, l'Office a défini, pour l'exercice 1985-1986, des critères permettant de concrétiser un programme de subventions pour aider financièrement ces organismes. Les objectifs particuliers que vise ce programme sont les suivants:

— participer au financement du fonctionnement d'organismes de protection du consommateur qui accordent une part importante à l'action volontaire (bénévolat) de même qu'au financement de ceux qui se préoccupent d'améliorer leur autonomie financière;

— participer au financement de leurs projets visant à favoriser une plus grande autonomie des consommateurs et la protection de leurs intérêts.

Les organismes qui se sont montrés intéressés à participer à ce programme d'aide devaient de plus se conformer à des critères généraux d'admissibilité tels que:

— être des organismes sans but lucratif constitués en vertu d'une des lois qui régissent de tels organismes;

— avoir une structure permettant d'atteindre le plus grand nombre de consommateurs possible et ne pas limiter leur action à leurs seuls membres;

— accepter de fournir des renseignements d'ordre financier ainsi que des données sur leur programme d'activités.

En 1985-1986, l'Office a reçu 66 demandes de subventions pour un montant total de 2 576 585 $. De ce nombre, les demandes de 32 organismes ont été accueillies favorablement, entraînant l'octroi de subventions totalisant 636 600 $.

L'octroi de telles subventions a aidé ces associations réparties dans tout le Québec à poursuivre leurs activités d'information, d'aide individualisée aux consommateurs, de consultation et de planification budgétaires. Il leur a également permis de développer une expertise particulière dans certains grands dossiers de consommation et de mieux préparer leurs interventions pour représenter et défendre les intérêts collectifs des consommateurs.

Le tableau qui suit comprend la liste de ces organismes et les montants qui leur ont été versés dans le cadre du programme de subventions 1985-1986.

En 1985-1986, l'Office a également favorisé la réalisation de recherches en consommation en accordant des contrats de service à certains organismes de protection du consommateur et à certains chercheurs universitaires. Les projets de recherche qui ont été retenus portent sur les sujets suivants:

— le troisième âge et la consommation;

— les jeunes consommateurs face à la consommation;

— l'adolescent face à la publicité télévisée sur l'alcool;

— la réglementation des prix de deux aliments de base, soit le pain et le poulet;

— la réglementation et l'intérêt des consommateurs.

Subventions accordées aux organismes de protection du consommateur en 1985-1986

Nom de l'organisme		Montant
Association des consommateurs du Québec (A.C.Q.)		
A.C.Q. du Haut-Richelieu	1	
A.C.Q. de La Tuque	1	
A.C.Q. de Laval	1	
A.C.Q. de Montréal	1	
A.C.Q. de Québec–Sainte-Foy	1	
A.C.Q. de Sorel-Tracy	1	
A.C.Q. de Trois-Rivières	1	
A.C.Q. de La Baie	1	
		92 000 $[1]
Fédération des associations coopératives d'économie familiale (FACEF)		
ACEF de l'Est de Montréal		
ACEF du Nord de Montréal		
ACEF du Sud-Ouest de Montréal		
ACEF de l'Outaouais		
ACEF de la Mauricie		
ACEF de Sainte-Thérèse		
ACEF de Lanaudière		
ACEF de Thetford Mines		
ACEF de Victoriaville		
		117 000 $[1]
Fédération nationale des associations de consommateurs du Québec (FNACQ)		
La Fédération	21 500 $	
Centre d'inspection et de prévention automobile de l'Estrie inc. (CIPAE)	26 000 $	
ACEF de Granby	15 500 $	
ACEF de Québec	25 000 $	
ACEF de l'Estrie	25 000 $	
ACEF de la Rive-Sud	16 000 $	
		129 000 $
ACEF de Laval	13 000 $	
ACEF du Centre de Montréal	12 000 $	
Association pour la protection des automobilistes (A.P.A.)	32 000 $	
Association pour la protection des intérêts des consommateurs de la Côte-Nord (APIC Côte-Nord)	21 000 $	
Carrefour d'éducation populaire de Pointe-Saint-Charles	10 360 $	
Carrefour d'entraide Drummond inc.	11 000 $	
Centre communautaire de Châteauguay	5 500 $	
Centre de bénévolat de Saint-Hyacinthe inc.	5 000 $	
Centre de recherche et d'information en consommation de Charlevoix	7 000 $	
Centre de recherche et d'information en consommation de Port-Cartier (CRIC de Port-Cartier)	17 000 $	
Centre de recherche et d'information en consommation de Sept-Îles (CRIC de Sept-Îles)	13 000 $	
Centre populaire de Roberval	3 000 $	
Fédération des comités de victimes de la MIUF du Québec (F.C.V.M.U.Q.)	10 000 $	

Groupe de recherche en animation et planification économique inc. (GRAPE)	19 000 $	
L'Hirondelle, comité d'accueil inter-ethnique inc.	7 000 $	
Projet culte (La Fondation B'nai B'rith Hillel de Montréal inc.)	10 000 $	
Regroupement des comités d'éducation de la Matapédia	6 000 $	
Service budgétaire populaire d'Alma inc.	16 000 $	
Service budgétaire populaire de La Doré inc.	3 500 $	
Service budgétaire populaire de Jonquière inc.	7 500 $	
Service budgétaire populaire de l'Estrie	25 740 $	
Service budgétaire populaire de la MRC de l'Or Blanc inc.	7 000 $	
Service d'aide aux consommateurs de Shawinigan (SAC de Shawinigan)	27 000 $	
Service d'aide aux consommateurs de Sorel inc. (SAC de Sorel)	10 000 $	
Total		**636 600 $**

1 L'A.C.Q. et la FACEF répartissent ces montants entre leurs organismes en appliquant leurs propres critères.